



(Foto: fuchsphotography - Fotolia.com)

21.11.2022

1. Trierer Tourismustag: Vernetzung fürs touristische Marketing

Die Perspektiven und Potenziale der Tourismusdestination Trier standen beim 1. Trierer Tourismustag auf dem Programm. Rund 110 Teilnehmer aus Hotellerie und Gastronomie, Tourismus- und Weinbranche sowie Politik waren der Einladung der Trier Tourismus und Marketing GmbH (TTM) und der IHK Trier gefolgt und diskutierten über Potenziale, die auf das im Mai vom Stadtrat Trier beschlossene Hotel- und Tourismuskonzept aufbauen können. In drei verschiedenen Workshops lag das Augenmerk vor allem auf den Profithemen „Weingenuß“, „Wandern“ und „Radfahren“.

„Wir müssen uns bewusst sein, dass der Tourismus mit rund 300 Millionen Euro Umsatz pro Jahr ein erheblicher Wirtschaftsfaktor unserer Stadt ist“, fasste es Tourismusdezernent Markus Nöhl zusammen. „Und wir müssen den Gast in den Blick nehmen. Wir wollen ihn dazu bringen, länger hier zu bleiben. Dafür müssen wir uns vernetzen. Da der Blick des Touristen nicht an der Stadt- oder Landesgrenze endet, darf es auch das touristische Marketing nicht tun. Deshalb müssen wir in der Großregion denken.“ Auch für IHK-Geschäftsführer Dr. Jan Glockauer waren Vernetzung und Wirtschaftskraft die bestimmenden Ansprüche, die bei den tourismusrelevanten Überlegungen des Tourismustags mitwirken sollten. „Die Tourismuswirtschaft strahlt auf viele andere Bereiche aus.“

Beide betonten die notwendige Konkretisierung des Tourismuskonzepts. In fünf Jahren müsse man in viel diskutierten Projekten der Stadtentwicklung, beispielsweise bei der Umgestaltung des Porta-Nigra-Vorplatzes oder des Moselufers, einen großen Schritt vorangekommen sein, um die Attraktivität Triers zeigen zu können. Zugleich sei es wichtig, das touristische, kulturelle und infrastrukturelle Angebot zu stärken.

In seiner Kurzvorstellung des Tourismuskonzepts hob TTM-Geschäftsführer Norbert Käthler die Wichtigkeit einer konkreten Content-Strategie hervor, mit der man die richtigen Geschichten für die Zielgruppe erzähle. „Es geht uns nicht um Quantität, sondern um Qualität für alle: für den Gast, für die Wirtschaft

und für die Bewohner dieser Stadt.“ Hierfür stellte Käthler sechs Qualitätsleitlinien zur Produktevaluation und -entwicklung vor. Vor dem Hintergrund dieser Qualitätsleitlinien diskutierten die Teilnehmer im Anschluss intensiv die für Trier im Tourismuskonzept definierten Profilt Themen „Weingenuß“, „Wandern“ und „Radfahren“.

„Es hat mich positiv überrascht, dass alle Teilnehmenden so engagiert mitgearbeitet und eigene Ideen platziert haben. Nun liegen viele Impulse vor, die priorisiert werden müssen. Wer übernimmt was und was ist zügig umsetzbar? Es gilt nun weiterzudenken und erste auf die Zielgruppe der Postmateriellen und ihren Qualitätsanspruch zugeschnittene Projekte anzupacken und dabei eine stärkere regionale Vernetzung zu schaffen“, nimmt Albrecht Ehses, Geschäftsführer des Bereichs Wein & International der IHK Trier, die kommenden Schritte ins Visier.

Betriebe, die sich in die Diskussion und Entwicklung der Potenziale einbringen möchten oder weiterführende Fragen haben, können sich an IHK-Geschäftsführer Albrecht Ehses wenden.

ANSPRECHPARTNER



Wein & Tourismus

ALBRECHT EHSES

Tel.: (06 51) 97 77-2 01

Fax: (06 51) 97 77-9 65

ehses@trier.ihk.de